



**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ,
ОБЛІКУ ТА АУДИТУ**

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

з навчальної дисципліни

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

для студентів спеціальностей **051 «Економіка»**
освітньо-професійної програми **“Прикладна статистика та бізнес-аналітика”**
факультету **обліково-статистичного**

Київ 2022 рік

Методичні рекомендації для підготовки до самостійної роботи з дисципліни «Електронна комерція» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня галузі знань 05 «Соціальні і поведінкові науки», спеціальності 051 «Економіка», освітньо-професійної програми «Прикладна статистика та бізнес аналітика» / Укл. О.В. Ставицький. Київ: НАСОО, 2022. 19 с.

Рецензенти:

- Пішеніна Т. І., завідувач кафедри економіки та підприємництва Київського інституту бізнесу та технологій, д.е.н., с.н.с.;
- Сіницький М. Є., доцент кафедри економіко-математичних дисциплін та інформаційних технологій к.ф.-м.н., доц..

Затверджено на засіданні кафедри економіко-математичних дисциплін та інформаційних технологій

Протокол від «30» серпня 2022 року № 1

Схвалено Вченою радою обліково-статистичного факультету НАСОО

Протокол від «31» серпня 2022 року № 1

©Ставицький О.В.

©НАСОО, 2022 рік

ВСТУП

2.1. **Мета навчальної дисципліни** – викладання навчальної дисципліни «Електронна комерція» є опанування студентами сукупності теоретичних і практичних знань щодо виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

2.2. **Завдання дисципліни** – є опанування методологічних й методичних інструментів побудови та дослідження систем електронної комерції для підвищення ефективності функціонування економічних систем в сучасних умовах розвитку ринкового середовища.

2.3. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати

- особливостей бізнес-моделей електронної комерції;
- поняття «електронного бізнесу» і «електронної комерції»;
- платіжних та фінансових систем Інтернету;
- класифікації і загальних характеристик електронних систем;
- українських систем електронних платежів;
- методології та технології реалізації маркетингових заходів в Інтернет;
- особливостей і переваг Інтернет-маркетингу;

вміти

- використовувати сучасні мережні інформаційні продукти;
- здійснювати організацію зв'язків підприємства у мережі;
- застосовувати методи ціноутворення в електронній комерції;
- розробляти рекламні кампанії в мережі;
- використовувати методи реалізації банерної реклами;
- розробляти концептуальні положення з організації віртуального представництва підприємства у мережі;
- використовувати платіжні системи для розрахунків через Інтернет.

ЗМІСТ ТА ЗАВДАННЯ ДО САМОСТІЙНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Предмет і особливості курсу “Електронна комерція”

План:

- 1.1. Поняття і сутність електронної комерції
- 1.2. Порівняльна характеристика традиційної та електронної комерції
- 1.3. Основні категорії електронної комерції
- 1.4. Види торгових операцій через Інтернет.

Запитання для самоконтролю

1. Що називають інформаційною економікою?
2. Дайте визначення інформаційно-економічного простору.
3. Дайте визначення єдиного інформаційного простору.
4. Що називають знаннями?
5. Які основні ознаки та етапи становлення інформаційного суспільства?
6. Дайте визначення терміна „інтелектуальна властивість”.
7. Що називають електронним бізнесом?
8. Що називають електронною комерцією?
9. Розкрийте сутність електронної економічної діяльності.
10. У чому полягає різниця між методами традиційної та електронної економіки?

Завдання для самостійної роботи

Скориставшись з викладеного у відповідних розділах рекомендованої літератури сформулювати визначення понять, що згадуються в пунктах плану та занотувати їх у зошиті для самостійної роботи. Навести приклади до кожного поняття.

- 1.1. Поняття електронного бізнесу та його види.
- 1.2. Еволюція електронного бізнесу.
- 1.3. Поняття електронної комерції.
- 1.4. Переваги електронної комерції.
- 1.5. Склад та напрямки розвитку електронної комерції.
- 1.6. Поняття системи електронної комерції.

Тести

- 1) Інформаційно-комунікаційна технологія (ІКТ) – це:
 - а) сукупність методів, комунікацій, мереж, об'єднаних у технологічний ланцюг, що забезпечує збирання, зберігання, оброблення та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
 - б) цілеспрямована сукупність методів, процесів, комунікацій, мереж та програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюг, що забезпечує збирання, зберігання, оброблення та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
 - в) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі, інформаційних систем і телекомунікаційних мереж, які функціонують на основі єдиних принципів та загальних правил;
 - г). сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі, інформаційних систем і телекомунікаційних мереж, які функціонують з метою підвищення ефективності діяльності людей.

- 2) Інформаційно-економічний простір – це:
 - а) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі інформації разом з телекомунікаційними мережами;
 - б) інформаційні технології обробки, зберігання та передачі інформації разом з телекомунікаційними мережами;
 - в) простір виробництва та надання інформаційних послуг, їх обмін, де основним ресурсом є інформація;
 - г) методи, комунікації, мережі, об'єднані у технологічний ланцюг, що забезпечують збирання, зберігання, оброблення та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей.

- 3) Інформаційні ресурси – це:
 - а) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі, інформаційних систем і телекомунікаційних мереж, які функціонують на основі єдиних принципів та загальних правил;

- б) сукупність методів, процесів, комунікацій, мереж та програмно-технічних засобів, що забезпечує збирання, зберігання, оброблення та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
 - в) інформація, що має цінність у певній ПрО і може бути використана людиною в економічній діяльності для досягнення певної мети;
 - г) економічна інформація, яка може бути використана людиною в будь-якій діяльності для досягнення певної мети.
- 4) Інформаційна економіка – це:
- а) електронний бізнес, який здійснюється за допомогою ІКТ з метою отримання прибутків;
 - б) виробнича діяльність у сфері інформаційних послуг, їх виробництва та обміну;
 - в) електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою ІКТ для поліпшення виробничих процесів;
 - г) електронна економічна діяльність, де переважає господарська діяльність у сфері інформаційних послуг, їх виробництво та обмін, де основними ресурсами є інформація та знання.
- 5) Електронний бізнес – це:
- а) електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою ІКТ з метою отримання прибутків;
 - б) надання фінансовими інститутами фінансових послуг своїм клієнтам щодо ефективного оперування коштами на фінансових ринках за допомогою ІКТ;
 - в) економічна діяльність на електронному ринку для всіх суб'єктів цього ринку;
 - г) підприємницька діяльність на електронному ринку.

Практичне завдання

Провести графічний аналіз динаміки розвитку світового та вітчизняного електронного ринку у формі табл. 1.1, визначити темпи росту показників основних сфер електронної комерції. Дати письмові пояснення.

Розвиток основних сфер електронної комерції у світі у 2013 – 2022 рр.

Сфера електронної комерції	Роки									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
G2G										
G2B										
B2B										
B2C										
C2C										

Тема 2. Платіжні системи в Інтернет

План:

- 2.1. Види електронних систем взаєморозрахунків
- 2.2. Пластикові карти. Класифікація пластикових карт
- 2.3. Основні поняття систем взаєморозрахунків за пластиковими картками
- 2.4. Недоліки використання пластикових карт в Інтернет-комерції
- 2.5. Платіжні системи на основі електронних грошей
- 2.6. Платіжні системи на основі електронних чеків

Запитання для самоконтролю

1. Які бувають види платіжних інструментів у системах електронної комерції?
2. Що називають електронними грошима та які особливості притаманні їм?
3. Які відомі типи електронних грошей?
4. У чому полягає сутність електронних платіжних систем на базі пластикових карток?
5. Які відомі класифікації електронних платіжних систем?
6. Назвіть найпоширеніші електронні платіжні системи.
7. Що називають смарт-карткою?
8. Дайте визначення WebMoney.
9. Що називають електронними платіжними системами?
10. Дайте визначення про цифрову готівку.

Завдання для самостійної роботи

Скориставшись з викладеного у відповідних розділах рекомендованої літератури сформулювати визначення понять, що згадуються в пунктах плану та занотувати їх у зошиті для самостійної роботи. Навести приклади до кожного поняття.

- 2.1. Пропозиція та продаж електронних товарів та послуг.
- 2.2. Методи та системи платежів.
- 2.3. Електронна валюта.
- 2.4. Кредитні та дебетові карти.
- 2.5. Електронний чек.

Тести

1) Пластикові картки обмеженого використання характеризуються можливістю застосування:

- а) у регіонах;
- б) в мережах певної географічної зони, таких як корпорація, університетський кампус;
- в) в мережах країни;
- г) у мережах транснаціональної компанії.

2) Електронні чеки відносять до:

- а) систем, що базуються на механізмі управління рахунком;
- б) систем, що базуються на основі електронних сертифікатів;
- в) систем, що базуються на механізмі управління рахунком, і до систем на основі електронних сертифікатів;
- г) до жодної із перерахованих.

3) Пластикова картка з межею витрат коштів, попередньо установлених залежно від платоспроможності клієнта:

- а) дебетова картка;
- б) кредитна картка;
- в) дебетово-кредитна картка;
- г) смарт-картка.

4) Файли, що виконують роль грошових купюр:

- а) Web-гроші;
- б) електронні гроші;
- в) смарт-картки;
- г) дебетові картки.

5) Електронна платіжна система складається з:

- а) ЛОМ;
- б) мережі банків;
- в) системи банкоматів.

Практичне завдання

1. Охарактеризувати загальні особливості інтерфейсу та принципи роботи платіжних систем E-Gold, PayPal, Web Money, Pecunix USD, MoneyBookers, E-Bullion, NYIP, AlertPay, StormPay, IntGold, 1mdc, GoldMoney.

Проведіть їх порівняльний аналіз за переліком питань з таблиці, та дайте на них письмові відповіді у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Порівняльний аналіз платіжних Internet-систем

Питання	Електронні платіжні		
	Webmoney	CyberPlat	PayCash
1. Які установи в Україні є організаторами створення цих платіжних систем?			
2. До якого типу електронних платіжних систем їх можна віднести — дебетових чи кредитних?			
3. Які схеми електронних платежів пропонуються користувачам на цих сайтах?			
4. Як саме можна стати користувачем цих платіжних систем?			
5. Чи надають ці платіжні системи можливість створення і підтримки Internet-крамниці?			
6. Як вирішуються на цих сайтах питання захисту комерційної і особистої інформації при її передаванні мережею?			
7. Чи можна використовувати у цих платіжних системах електронний цифровий підпис для автентифікації користувачів?			
8. Чи є регіональні обмеження на використання цих платіжних систем?			
9. Чи мають сайти цих платіжних систем демонстраційний режим роботи, з допомогою якого пересічний користувач Internet може ознайомитися з їх роботою?			
10. З'ясуйте, яка з перелічених платіжних систем надає найбільші можливості роботи в демонстраційному			

режимі і які саме?			
11. Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти?Проведіть їх порівняльний аналіз.			
12. Як можна придбати програмне забезпечення для користування цими електронними платіжними системами і створення Internet-крамниць?			

2. Знайдіть з допомогою пошукових серверів за запитом "система електронних платежів" або подібним до нього інші платіжні системи і проведіть їх аналіз за переліком питань завдання таблиці.

Тема 3. Безпека інформації в електронному бізнесі

План:

- 3.1. Проблеми інформаційної безпеки
- 3.2. Заходи забезпечення безпеки інформації
- 3.3. Основні складові безпеки систем електронної комерції
- 3.4. Політики вирішення проблем безпеки в електронній комерції
- 3.5. Прикладні системи для криптографічного захисту
- 3.6. Використання цифрового підпису та вимоги до безпеки електронних магазинів і платіжних систем

Запитання для самоконтролю

- 1.Що називають криптографією і які основні завдання вона вирішує?
- 2.Що називають шифруванням і для чого воно необхідне?
- 3.Які основні типи криптографічних алгоритмів?
- 4.Розкажіть про симетричні методи шифрування.
- 5.Які є алгоритми симетричних систем шифрування?
- 6.Розкажіть про асиметричні методи шифрування.
- 7.Який основний алгоритм асиметричного шифрування?Розкажіть про нього.
- 8.Порівняйте симетричні та асиметричні методи шифрування та їх алгоритми.У чому їх різниця?
- 9.Що називають цифровим підписом?
- 10.Навіщо потрібні цифрові сертифікати і яка їх технологія підготовки?

Завдання для самостійної роботи

Скориставшись з викладеного у відповідних розділах рекомендованої літератури сформулювати визначення понять, що згадуються в пунктах плану та

занотувати їх у зошиті для самостійної роботи. Навести приклади до кожного поняття.

- 3.1. Правове регулювання електронної комерції в Україні.
- 3.2. Внутрішні правила мереж, які входять до Internet.
- 3.3. Громадське регулювання Internet.
- 3.4. Безпечність комерційних угод в Internet.

Тести

- 1) Які з цих алгоритмів не належать до симетричних систем шифрування:
 - а) RC6;
 - б) RSA;
 - в) DES.

- 2) Які з наведених алгоритмів належать до асиметричних систем шифрування:
 - а) IDEA;
 - б) CAST;
 - в) ECC.

- 3) Конфіденційність означає:
 - а) перевірку того факту, що відправники або одержувачі повідомлень є саме тими особами, за яких вони себе видають;
 - б) інформованість про те, хто має право доступу до даних, а також забезпечення безпеки передачі і зберігання інформації конфіденційного характеру в телемунікаційній мережі;
 - в) недопущення випадкової або навмисної зміни чи псування інформації, яка передається.

- 4) Хеш-функція:
 - а) кодування / декодування за допомогою двох взаємопов'язаних ключів або пари ключів;
 - б) математична процедура шифрування даних таким чином, щоб їх не зміг відновити у первинному вигляді ніхто, окрім уповноваженого одержувача;
 - в) формула перетворення повідомлення заданої довжини в рядок символів, який називають зведенням (дайджестом) повідомлення.

- 5) Технологія електронного підпису використовує такі методи шифрування:
- а) тільки симетричні;
 - б) тільки асиметричні;
 - в) симетричні та асиметричні.

Практичне завдання

Знайдіть в Internet програму шифрування (окрім PGP), ознайомтесь з методами її роботи. Опишіть приклад шифрування повідомлення та створення цифрового підпису.

Тема 4. Фінансові системи в Інтернет

План:

- 4.1. Інтернет-банкінг
- 4.2. Електронні брокерські послуги (Інтернет-трейдинг)
- 4.3. Електронні аукціони

Запитання для самоконтролю

- 1.Що називають електронним ринком?
- 2.Які переваги надає електронний ринок споживачам та виробникам?
- 3.Які інформаційно-комунікаційні технології застосовують для реалізації послуг електронного ринку?
- 4.Що називають електронним торговельним майданчиком?
- 5.Хто бере участь в електронних торгах електронних аукціонів?
- 6.Дайте визначення електронного каталогу.
- 7.До якого типу належить аукціон, пропозиції якого водночас надходять від продавця та покупця для встановлення рівноважної ціни?
- 8.Назвіть найпоширеніші класифікації електронних ринків.
- 9.Які бувають електронні біржі?
- 10.Що називають вертикальним / горизонтальним електронним торговельним майданчиком?

Завдання для самостійної роботи

Скориставшись з викладеного у відповідних розділах рекомендованої літератури сформулювати визначення понять, що згадуються в пунктах плану та

занотувати їх у зошиті для самостійної роботи. Навести приклади до кожного поняття.

- 4.1. Структура та основні функції електронних магазинів.
- 4.2. Електронний аукціон.
- 4.3. Корпоративні портали.
- 4.4. Електронні торгівельні площі.

Тести

1) Форма взаємодії замовників та постачальників, що об'єднує в рамках торговельної або розрахункової системи підприємств, які належать до різних галузей:

- а) корпоративний портал;
- б) електронний каталог;
- в) вертикальний електронний торговельний майданчик;
- г) горизонтальний електронний торговельний майданчик.

2) Організаційно-економічні моделі електронних ринків:

- а) "бізнес-бізнес" чи "бізнес-споживач";
- б) електронний торговельний майданчик;
- в) "бізнес-держава";
- г) біржа.

3) Електронний ринок це:

- а) сайт;
- б) система економічних відносин у віртуальному просторі;
- в) форум користувачів.

4) Електронний торгівельний майданчик це:

- а) посередник у віртуальному просторі;
- б) Internet - аукціон;
- в) електронно-торгівельна біржа.

5) Інтернет аукціон (електронний аукціон) це:

- а) тематичний форум;
- б) різновид ЕТМ;

в) вид торгівлі на ринкуForex

Практичне завдання

Послідовно зайдіть на сайти он-лайнних аукціонів eBay(www.eBay.com) та ще двох за вибором студента, та дайте письмово відповіді на запитання:

1. Чи діє на цих аукціонах система рейтингових оцінок покупців і продавців?
2. Які механізми використовуються для надання інформації про лоти?
3. Якими шляхами (візуально, з допомогою текстового опису тощо) потенційні покупці можуть ознайомитися з товарами?
4. Чи зручний для користувача інтерфейс мають ці сайти? Проведіть їх порівняльний аналіз.

Результати оформити у вигляді таблиці.

Тема 5. Маркетинг в електронній комерції

План:

- 5.1. Особливості електронного маркетингу
- 5.2. Сайт як засіб підтримки споживачів
- 5.3. Системи повного циклу супроводу споживачів (CRM-систем)
- 5.4. Програмні агенти та мультиагентні системи електронної комерції

Запитання для самоконтролю

- 1.Що називають електронним маркетингом і які його особливості?
- 2.Які рівні товару є в електронному маркетингу?
- 3.Як виглядає загальна формула вартісного ланцюжка ціноутворення в мережі Internet?
- 4.Які основні елементи маркетингової системи в мережі Internet ви знаєте?
- 5.Що називають системами управління закупівлями і для чого вони призначені?
- 6.Для чого використовують системи управління продажем?
- 7.Що таке системи повного циклу супроводу споживачів (CRM)?
- 8.Навести класифікацію функцій CRM-систем.
- 9.Що називають програмним агентом електронної комерції?
- 10.Що розуміють під терміном “мультиагентні системи електронної комерції”?

Завдання для самостійної роботи

Скориставшись з викладеного у відповідних розділах рекомендованої літератури сформулювати визначення понять, що згадуються в пунктах плану та занотувати їх у зошиті для самостійної роботи. Навести приклади до кожного поняття.

- 5.1. Сутність та моделі комунікації в електронній комерції.
- 5.2. Дизайн та контент сайту.
- 5.3. Система пошуку та порівняння товарів.
- 5.4. Реєстрація та індивідуалізація користувачів.
- 5.5. Торгова Інтернет-система.
- 5.6. Класифікація електронних магазинів.

Тести

- 1) Електронний маркетинг-мік складається з таких елементів:
 - а) товар, просування, презентація, процес, персоналізація;
 - б) товар, ціна, розповсюдження, просування;
 - в) товар, ціна, процес, персоналізація;
 - г) ціна, розповсюдження, процес, товар.

- 2) Web-сайт, який забезпечує рекламу й інформації, вибір товарів/послуг, прийом замовлень, проведення взаєморозрахунків, контроль виконання замовлень та їх доставку, - це:
 - а) електронний торговельний майданчик;
 - б) портал підприємства;
 - в) електронний магазин;
 - г) портал.

- 3) CRM-система – це:
 - а) система управління закупівлями;
 - б) система управління ланцюжком постачальників;
 - в) система управління продажем;

- 4) Web-сайт містить інформацію про:
 - а) рекламу підприємства;
 - б) підприємство, продукцію, послуги;

в) контактні дані про підприємство.

5) Програмні агенти е-бізнесу це:

- а) програми які забезпечують спілкування між продавцем та покупцем;
- б) пошукові системи;
- в) електронні торговельні майданчики.

Практичне завдання

Ознайомитися з порядком замовлення маркетингових послуг в мережі Internet. У розділі системного меню «Заказ послуг» ознайомитися із порядком оформлення заявки на замовлення послуг. Заповнити заявку, відповідно до визначеного варіанта.

Таблиця 5.1

Варіанти до завдання

№ варіанта	Вид послуги	Назва фірми	Сфера діяльності фірми
1	Web-дизайн сайта	Обрати самостійно	Туристичні послуги
2	Просування сайта	Обрати самостійно	Продаж опалювального обладнання
3	Хостинг	Обрати самостійно	Продаж косметики і парфумерії
4	Експрес-аудит	Обрати самостійно	Виробництво і продаж виробів із пластмас
5	Реклама	Обрати самостійно	Оренда автомобілів

Результати подати у зошиті у вигляді форми для замовлення (див.табл. 5.2).

Таблиця 5.2

Форма для заповнення заявки

Назва компанії	
Контактна особа	
Телефон	
Електронна пошта	
Вид послуги	
Адреса сайта фірми-замовника	
Слова для просування	
Загальна постановка завдання	
Варіанти оплати (готівкою кур'єрові, платіжна система)	

Тема 6. Реклама в Інтернет

План:

- 6.1. Основні принципи електронної реклами
- 6.2. Етапи просування реклами в Internet

6.3. Види електронної реклами

Запитання для самоконтролю

1. Наведіть приклади використання реклами в електронній комерції.
2. Які електронні сервіси допомагають використовувати елементи електронної реклами?
3. Які ресурси потрібно мати компанії для ведення електронної реклами?
4. Які основні елементи маркетингової системи в мережі Internet ви знаєте?
5. Що називають електронною рекламою, які завдання вона виконує та які принципи її дії?
6. У чому переваги та недоліки електронної реклами?
7. Розкажіть про основні етапи просування реклами в Internet.
8. Які види електронної реклами ви знаєте?
9. Що називають банером?
10. Які основні методи банерної реклами?

Завдання для самостійної роботи

Скориставшись з викладеного у відповідних розділах рекомендованої літератури сформулювати визначення понять, що згадуються в пунктах плану та занотувати їх у зошиті для самостійної роботи. Навести приклади до кожного поняття.

- 6.1. Сутність та види реклами в електронній комерції.
- 6.3. Банери, пошукові системи та каталоги, електронна розсилка, інформаційні сайти, дискусійні листи, партнерські та спонсорські програми.
- 6.4. Особливості електронної рекламної компанії та її ефективність.
- 6.5. Стимулювання продажу.

Тести

- 1) Основними завданнями електронної реклами є:
 - а) маркетингові й економічні;
 - б) збутові;
 - в) збільшення прибутку;
 - г) інформаційне забезпечення.
- 2) Банерна реклама в основному націлена на:

- а) вузькоцільову аудиторію;
- б) широку аудиторію;
- в) переважно цільову аудиторію.

3) Основними недоліками використання електронної реклами є:

- а) проблеми безпеки;
- б) низький рівень популярності серед споживачів;
- в) вкрай негативне ставлення користувачів Internet;
- г) досить високий рівень складності;
- д) обмежена швидкість каналу зв'язку.

4) Основними видами електронної реклами є:

- а) реєстрація у пошукових системах;
- б) створення Web-сервера;
- в) реклама з використанням E-mail і банери.

5) Основними методами банерної реклами є:

- а) перевірка індексації сторінок;
- б) використання банерних систем;
- в) покупка показів банерів на сайтах;
- г) самостійна реєстрація банерів.

Практичне завдання

Оцініть український ринок банерних мереж. Знайдіть цінові відмінності на розміщення банерів різних розмірів. Визначте яким ціновим моделям розміщення реклами віддають перевагу в українській частині Internet.

Рекомендована література

Базова:

1. Адам В. М., Долинська М. С. Електронні сервіси в господарській діяльності / В. М. Адам, М. С. Долинська – Л. : «ЛьвДУВС», 2020. – 282 с.
2. Белз О. Г. Основи електронного бізнесу: навч. посіб / О. Г. Белз – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 176 с.
3. Дrajниця С.А. Електронна комерція / С.А. Дrajниця – К. : «Новий Світ - 2000», 2021. – 184 с.
4. Краус К.М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та інтернет-торгівля / К.М.Краус, Н. М. Краус, О. В. Манжура – К.: ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2021. – 456 с.
5. Швиденко М. З., Касаткіна О. М., Швиденко О. М. Електронна комерція / М. З. Швиденко, О. М. Касаткіна, О. М. Швиденко – К.: ФОП Ямчинський О.В., 2020. - 478 с.

Допоміжна

1. Аналіз впливу Угоди про асоціацію з ЄС на комплексний розвиток електронних сфер урядування, закупівель та комерції URL: <http://eb.dep145.org.ua/node/5>
2. Електронна комерція в Україні: конкурентний дисбаланс і податкові виклики URL: <http://reforms.in.ua/news/elektronna-kommerciya-v-ukrayinikonkurentnyu-dysbalans-i-podatkoviy-vyklyk>
3. Про захист інформації в автоматизованих системах: Закон України URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.44.34&nobreak=1>
4. Про електронну комерцію: Закон України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/675-viii>
5. Про електронний цифровий підпис: Закон України від 22.05.2003 № 852-IV URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>
6. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 №851-IV URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>
7. Про захист інформації в автоматизованих системах: Закон України від 31.05.2005 № 2594-IV URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>
8. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки: Закон України від 09.01.2007 № 537-V URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>
9. Про телекомунікації: Закон України від 18.11.2003 № 1280-IV URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>
10. Концепція Національної програми інформатизації. Схвалено Законом України. Про Концепцію Національної програми інформатизації» від 4 лютого 1998 року №75/98-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.33929.14&nobreak=1>

11. Петрук М. Н., Ставицький О. В. Сучасні методи шифрування за допомогою алгоритму RC4 *Науковий вісник КІБІТ*, 2020. №3 (45). С.72-79. URL:<https://herald.kibit.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/113/100>

12. Положення про порядок здійснення криптографічного захисту інформації в Україні. Затверджено Указом Президента України від 22 травня 1998 року №505/98. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/460/2011>

13. Шиндировський І. М. Характеристика користувачів всесвітньої мережі Інтернет Вісник Львівського-торговельно-економічного університету – Львів. 2018. – Вип. 56. – С. 105-111.

Інформаційні ресурси

1. Журнал "Інформаційні технології. Аналітичні матеріали" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://it.ridne.net/node/256>

2. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Офіційний сайт Євростату URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/home?>

4. ПриватБанк [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://www.privatbank.ua>)

5. Платіжні Інтернет-системи: WebMoney Transfer URL: www.webmoney.ua

6. Світовий банк даних URL: <https://worlddata.ai/>

7. Сайт української біржі URL: <http://www.ux.ua/ua>

8. Центр електронної комерції e-Commerce.com.ua [Електронний ресурс]. - URL: <http://e-commerce.com.ua/>

9. EcommerceTimes [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.ecommercetimes.com/>